



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN KOPI BUBUK INSTAN DI KOTA BANDA ACEH

ABSTRACT

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPNGARUHI
PREFERENI KONSUMEN KOPI BUBUK INSTAN
DI KOTA BANDA ACEH**

Oleh:

Fatmawati/Agribisnis/Universitas Syiah Kuala

ABSTRAK

Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pilihan terhadap suatu hal yang lebih disukai oleh konsumen, dalam hal ini adalah terhadap produk kopi bubuk instan merek Ulee Kareng Original atau Sanger White Coffee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kemasan, harga, dan promosi terhadap preferensi konsumen kopi bubuk instan merek Ulee Kareng Original atau Sanger White Coffee di Kota Banda Aceh. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi biner logistik. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi dari variabel kualitas produk dan harga lebih kecil dari nilai $\hat{I}_{\pm} = 0,05$, sedangkan nilai signifikansi dari variabel kemasan dan promosi lebih besar dari nilai $\hat{I}_{\pm} = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen kopi bubuk instan merek Ulee Kareng Original atau Sanger White Cofee secara nyata/signifikan adalah kualitas produk dan harga.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Kopi Bubuk Instan

**FACTORS THAT AFFECTING
CONSUMERS PREFERENCES OF INSTANT COFFEE
IN BANDA ACEH**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

By:

Fatmawati / Agribusiness / UNSYIAH

ABSTRACT

Consumer preferences can be interpreted as selection of a thing that is preferred by consumers, in this case the instant coffee of Ulee Kareng Original or Sanger White Coffee. This study aims to determine the effect of quality product, packaging, pricing, and promotion of consumer preferences instant coffee Ulee Kareng Original or Sanger White Coffee in Banda Aceh. Analysis of the data using a binary logistic regression analysis. Based on the analysis, the significant value of the variable quality of the product and the price is less than the value of $\hat{I}_{\pm} = 0.05$, while the significant value of the packaging and promotional variable is greater than the value of $\hat{I}_{\pm} = 0.05$. It can be concluded that the factors affecting consumer preferences against instant coffee Ulee Kareng Original or Sanger White Coffee significantly is the quality of products and the prices.

Keywords: Consumer Preferences, Instant Coffee Powder